



**Informacja prasowa Warszawa, 17 czerwca 2016**

**Wystartowała kampania M.E.A.L.**

**Dom mediowy Vizeum Polska przygotował kampanię komunikacyjną dla pierwszej w Polsce spożywczej marki militarnej M.E.A.L. Działania reklamowe obejmują telewizje, internet oraz prasę.**

M.E.A.L. to pierwsza w Polsce spożywcza marka militarna. Produkty M.E.A.L. cechuje wysoka kaloryczność, treściwe duże porcje oraz metalowe opakowania, które sprawdzają się w najbardziej ekstremalnych warunkach. M.E.A.L. to m.in. takie produkty jak konserwa żołnierska, grochówka, smalec oraz golonka. Marka M.E.A.L. wspiera fundację byłych żołnierzy Jednostki Wojskowej GROM.

W swojej pierwszej kampanii M.E.A.L. zachęca konsumentów do udziału w konkursie pt. „Operacja M.E.A.L.” prowadzonego na stronie [www.operacjameal.pl](http://www.operacjameal.pl). Zadaniem konkursowym jest przedstawienie w formie fotografii, jak produkty M.E.A.L. sprawdzają się na froncie codziennego użytku m.in. pod namiotem, w podróży lub w innej sytuacji, gdzie zdały bojowy egzamin. Do wygrania jest kurs strzelecki z byłymi operatorami GROM.

Akcji „Operacja M.E.A.L.” towarzyszy silna kampania w mediach offline i online. Kampania obejmuje m.in. działania sponsoringowe w telewizji, różne formaty reklamowe w prasie oraz działania performance i wizerunkowe m.in. na portalu społecznościowym Facebook oraz w Google.

Produkty M.E.A.L. należą do portfolio marki Arteta, którą od czerwca obsługuje do mediowy Vizeum. Współpraca nawiązana została w wyniku przetargu.

**###**

**Kontakt dla mediów:**

Krzysztof Wąsowski

Senior PR Specialist

Dentsu Aegis Network Polska

Tel. (+48) 22 441 47 26

Mobile: +48 883 365 831